

NOMBRE DEL CURSO	SEMINARIO DE GRADUACIÓN
DESCRIPCIÓN DEL CURSO	La Asignatura pretende que el alumno sea capaz de conocer y comprender los principios básicos de la metodología de investigación aplicada al área de marketing y de conducta del consumidor. Por medio de un enfoque conceptual y empírico, se analizarán distintas metodologías y técnicas que permitirán a los alumnos tener los conocimientos para desarrollar y redactar su Trabajo de Graduación.
OBJETIVOS	<p>OBJEIVO GENERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer los principales elementos de una investigación, diferenciando las perspectivas cuantitativa y cualitativa. <p>OBJTIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir y formular un problema de investigación, basado y fundamentado en la búsqueda de antecedentes teóricos y empíricos. ▪ Comprender la diferencia conceptual entre investigación para identificación de problemas de marketing e investigación para encontrar soluciones de marketing. ▪ Analizar el despliegue operativo y práctico de la investigación para la detección de problemas de marketing. ▪ Analizar el despliegue operativo y práctico de la investigación para la implementación de las soluciones de marketing.
CONTENIDOS	<p>CONTENIDO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción al Seminario de Graduación y su vinculación con las decisiones de marketing ▪ El planteamiento del problema y la función de la teoría y de lo empírico ▪ Diseños de investigación ▪ Recolección de datos e instrumentos de recolección de información ▪ Análisis de la información, conclusión y discusión